



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

LEANDRO CUNHA SIMÕES

**EMPREENDEDORISMO E AFILIAÇÃO RELIGIOSA: A Ação  
Empreendedora Motivada por Instituições Religiosas  
Neopentecostais de Brasília**

Brasília – DF

2012

LEANDRO CUNHA SIMÕES

**EMPREENDEDORISMO E AFILIAÇÃO RELIGIOSA: A Ação  
Empreendedora Motivada por Instituições Religiosas  
Neopentecostais de Brasília**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Msc, Marina Figueiredo Moreira.

Brasília – DF

2012

Simões, Leandro Cunha.

Empreendedorismo e Afiliação Religiosa: A Ação Empreendedora Motivada por Instituições Religiosas Neopentecostais de Brasília / Leandro Cunha Simões. – Brasília, 2012.

58 f.: 3 il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2012.

Orientadora: Profª. Msc. Marina Figueiredo Moreira, Departamento de Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Capital Social. 3. Afiliação Religiosa
4. Neopentecostalismo. I. Título: Subtítulo.

**LEANDRO CUNHA SIMÕES**

**EMPREENDEDORISMO E AFILIAÇÃO RELIGIOSA: A Ação  
Empreendedora Motivada por Instituições Religiosas  
Neopentecostais de Brasília**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de  
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do  
aluno

**Leandro Cunha Simões**

Msc, Marina Figueiredo Moreira  
Professora-Orientadora

Msc, Antônio Nascimento Júnior  
Professor-Examinador

Msc, Luciano Cunha de Sousa  
Professor-Examinador

Brasília, 20 de setembro de 2012.

Dedico este trabalho àquela que me proporcionou estudo, conhecimento, saúde, alento, e tudo que precisei durante minha vida, minha mãe, Magda Cunha. Que Deus a tenha em seus braços e que descanse em paz.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, que me amou com amor incondicional, que me levantou quando caí, que abriu portas que estavam fechadas, que recolheu cada lágrima derramada e estar convertendo cada uma delas em alegria. Sem Ele não poderia ter chegado aonde cheguei. Tudo que fiz, que faço e que vou fazer é para Ele.

À Camila Vilasboa, minha eterna companheira, por todo seu amor, carinho, paciência e suas intermináveis virtudes. Sempre que precisei estava próxima para me dar força, para motivar, para me fazer crer no impossível e me fazer sorrir todos os dias.

À minha mãe, Magda Cunha, que se manteve perseverante em todas as suas lutas para nos ensinar que não devemos desistir nunca daquilo que queremos, pela vida confortável que nos proporcionou, por todos os ensinamentos que transmitiu, pelo cuidado e por nos ter deixado um exemplo de fé inabalável com a qual resistiu vigorosamente contra sua doença.

À minha orientadora, Marina Moreira, pela dedicação, paciência e compreensão que me proporcionou durante este período, fazendo com que seguisse em frente rumo à conquista do meu diploma de graduação.

Aos meus avós, Zilah e Waldemar, pelo amor e dedicação que tiveram pela sua filha, Magda, e pela ajuda e suporte em todos os momentos difíceis que passei.

Ao meu pai, Edmundo, que pelega para nos mostrar o esforço que devemos empreender todos os dias para alcançar aquilo que queremos.

Aos meus irmãos, Priscilla e Luiz Felipe, que estão no mesmo barco que eu, juntos seremos vencedores.

Aos meus sogros, Maurílio e Roseli, pelo exemplo de vida e de família, pelo apoio e confiança a que me conferiram.

Aos meus tios, primos e amigos que estiveram comigo em momentos de felicidade como também de tristeza.

*“Devido às suas limitações físicas, biológicas e psíquicas, as pessoas têm necessidade de cooperar com outras pessoas para, em conjunto, alcançarem objetivos que isoladamente jamais poderiam alcançar.”*

Idalberto Chiavenato

## RESUMO

Organizações religiosas protestantes vêm desenvolvendo tendências de gestão similares às das organizações empresariais, tanto em sua forma de organização hierárquica como no foco em resultados, estes, porém, convertidos aos seus membros. Por um lado, as igrejas vêm proporcionando, de modo crescente, recursos organizacionais voltados para treinamento e gestão de empresários e potenciais empreendedores. Por outro, nos cultos presenciais, nos meios de comunicação e nas reuniões de empresários, são transmitidas mensagens de exaltação ao sucesso econômico e celebração do enriquecimento, que se refere à teologia da prosperidade. Neste contexto e tendo por objetivo investigar a relação do empreendedorismo e esta temática, este trabalho adota como seus objetivos: (a) investigar a relação teórica entre empreendedorismo, afiliação religiosa e capital social, (b) investigar a dinâmica da ação empreendedora em indivíduos afiliados a instituições religiosas protestantes neopentecostais, (c) analisar a visão da igreja com relação à prosperidade de seus membros e seu envolvimento com o empreendedorismo e (d) analisar de que forma a afiliação religiosa impacta a ação empreendedora dos indivíduos. Opta-se por uma pesquisa qualitativa, exploratória, que contou como instrumento entrevistas semiestruturadas, em que os participantes foram convidados a narrar parte da sua vida e como se deu todo o processo de empreendedorismo estando afiliado à religião protestante e os fatores críticos neste íterim. Participaram da pesquisa três empresários afiliados a uma igreja protestante e três pastores de três igrejas protestantes distintas, todos do Distrito Federal. A análise do material gerado a partir da transcrição das entrevistas foi realizada por meio do método de análise de conteúdo. Após a análise e discussão dos resultados obtidos nas entrevistas, foi possível compreender que as igrejas protestantes neopentecostais têm interesse de propagar a visão empreendedora, bem como a da prosperidade financeira de seus membros, para aqueles que possuem esta visão, e, além disso, contam com uma estrutura para atender a este determinado público, inclusive na ideia de construção de capital social entre os mesmos para crescimento e sustentabilidade de seus negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Capital Social; Afiliação religiosa; Neopentecostalismo.



## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do conceito de empreendedor .....	17
---	----

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1: O processo empreendedor .....	25
---	----

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1: Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico .....	26
--	----

## **LISTA DE ABREVIações**

**AREPE** – Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos

**BRIC** – Brazil, Russia, India and China.

**FGV** – Fundação Getúlio Vargas

**GEM** – Global Entrepreneurship Monitor

**IBQP** – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

**IRC** – Igreja Evangélica Apostólica Renascer em Cristo

**IURD** – Igreja Universal do Reino de Deus

**SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**SNT** – Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra

**TEA** – Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial

**USP** – Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	10
1.1	Caracterização e Contextualização.....	10
1.2	Problema de Pesquisa .....	13
1.3	Objetivo Geral .....	14
1.4	Objetivos Específicos.....	14
1.5	Justificativa .....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	Empreendedorismo, Capital Social e Afiliação Religiosa.....	16
2.1.1	Empreendedorismo .....	16
2.1.2	Capital Social.....	28
2.1.3	Afiliação Religiosa .....	30
2.2	Os Neopentecostais e a ‘Teologia da Prosperidade’ .....	32
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	35
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	35
3.2	Caracterização das Instituições .....	35
3.2.1	Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra.....	36
3.2.2	Igreja Evangélica Apostólica Renascer em Cristo .....	37
3.2.3	Igreja Universal do Reino de Deus .....	37
3.3	Participantes do estudo.....	39
3.4	Instrumentos de pesquisa .....	39
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados.....	40
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	41
4.1	Resultados e análise das entrevistas com empreendedores.....	41
4.1.1	Os empreendedores.....	41
4.1.2	O papel da igreja sob a visão dos membros empreendedores.....	43

4.2	Resultados e análise das entrevistas com pastores .....	44
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	48
	REFERÊNCIAS .....	50
	APÊNDICES .....	55
	Apêndice A - Roteiro de Entrevista com Pastor .....	55
	Apêndice B - Roteiro de Entrevista com Empreendedor .....	57

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Caracterização e Contextualização

Indivíduos, especificamente aqueles que estão inseridos em regime capitalista, buscam alternativas para obtenção de capital por meio de um crescimento financeiro e profissional, seja para alcançar conquistas materiais, uma vida estável e segura financeiramente ou por vários outros motivos (LEMOS, 2005). Parte desses indivíduos opta profissionalmente pela alternativa empreendedora (GUEDES, 2009), entendida aqui como a criação de um negócio ou um empreendimento, acreditando que, com isso, alcançarão o que almejam em termos materiais.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou forças e se popularizou a partir da década de 1990, com a abertura da economia, fato que trouxe novas empresas para o mercado. Neste contexto, novos negócios tornaram-se possíveis, a exemplo da privatização de grandes estatais e a abertura do mercado interno para a concorrência externa (GEM, 2010).

Universidades espalhadas por todo o mundo buscam contribuir para a formação de novos administradores e empreendedores eficientes, pautados na grande necessidade por estes profissionais que tem despontado no mercado de trabalho mundial e também pela importância econômica e social que é conferida a esses profissionais, principalmente aos empreendedores. Fillion (1999b) afirma que na década de 90 o tema do empreendedorismo atraiu atenção de quase todas as disciplinas das ciências humanas e que na década seguinte o tema provavelmente seria o principal ponto de aglutinação das disciplinas de ciências humanas, por ter atraído o interesse de especialistas de uma variedade ampla de disciplinas.

No Brasil, o primeiro curso na área de empreendedorismo foi realizado em 1981 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o nome de 'Novos Negócios' e emergiu da

iniciativa do Professor Ronald Degen. Três anos depois a Universidade de São Paulo (USP) criou a disciplina 'Criação de Empresas' (GUEDES, 2009). A partir desse tipo de iniciativa, Universidades e Instituições de ensino e de treinamento de todo o país começaram a lecionar cursos focados no empreendedorismo.

Analisando economicamente, Costa, Barros e Carvalho (2011) destacam a importância do empreendedor na máquina capitalista da seguinte forma:

Os empreendedores são concebidos como indivíduos que impulsionam a máquina capitalista, ao prover novos bens de consumo, além de métodos inovadores de produção e transporte, com a inequívoca função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011, p. 183).

De acordo com GEM (2010), a crise econômica mundial de 2008 não abalou o empreendedorismo no Brasil, que, na década compreendida entre 2000 e 2010, foi no último ano (2010) que apresentou a maior Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA), que é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos que abriram suas empresas em menos de 42 meses (4 anos). Constatamos, desta forma, que o interesse do brasileiro por essa carreira profissional está em amplo crescimento. De acordo com o mesmo estudo, o Brasil fica em segundo colocado, de um total de 50 países, na quantidade de empreendedores em atividade no ano de 2010, com 21,1 milhões, atrás somente da China, com 131,7 milhões. Tanto nos países do G20 como naqueles do BRIC, o Brasil apresentou a maior taxa TEA, comprovando a força empreendedora do país ante outras potências mundiais tais como China, Estados Unidos, Inglaterra e Japão.

O governo brasileiro incentiva as ações empreendedoras criando agências de desenvolvimento econômico como o SEBRAE, que foi concebida como instituição pública, mas tornou-se instituição privada em 1990, hoje indutora do empreendedorismo no Brasil, ou via incentivos tributários como, por exemplo, da recente criada figura do microempreendedor individual, da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, via programas como o do “Jovem Empreendedor” criado pelo Ministério do Trabalho e Emprego em 2004, ou por meio de outras iniciativas e apoios. Isto se deve principalmente por acreditar que um país com alta capacidade empresarial favorece o desenvolvimento econômico daquele país, afirmativa essa

que é correlata à afirmação de Joseph Schumpeter na sua obra clássica de 1911, Teoria do Desenvolvimento Econômico, que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico (SCHUMPETER, 1997). Lazear (2003, p. 01), ainda nesta linha de raciocínio afirma que o empreendedor é o jogador mais importante de uma economia moderna.

O empreendedorismo se manifesta em distintos campos da sociedade e é impactado por diferentes contextos. Neste sentido, merece destaque o contexto religioso e a investigação de seus possíveis efeitos sobre a ação empreendedora. Para este estudo, opta-se pela delimitação da religião protestante como campo de análise. A reforma protestante ocorreu no Séc. XVI e de acordo com Belloc (1945, p.277) “foi, em sua origem e fundamento, um protesto contra duas coisas: o poder espiritual do clero e o poder econômico da hierarquia e de seu chefe, o Papa.”. Outra fonte de descontentamento eram os privilégios de que gozavam os membros do clero, que eram imunes à justiça criminal e civil. Assim, em outras palavras, a reforma foi um movimento mais anticlerical que antidoutrinal. Seria falso dizer que não foi antidoutrinal, pois esse fato ocorreu quando surgiu o francês Jean Cauvin (a quem chamamos de João Calvino) com o lançamento de seu livro ‘A Instituição da Religião Cristã’, ou simplesmente ‘As Institutas’, que derrubou muitos dos pilares católicos, principalmente sacerdotais. DUNSTAN (1964) afirma que foram três os reformadores, embora outros também tenham participado em menor proporção, são eles: Martinho Lutero, João Calvino e Ulrico Zuínglio.

A usura, prática de cobrar juros excessivos por uma quantia de dinheiro emprestada, que não foi uma novidade introduzida pela Reforma Protestante mas que já existia em grande proporção na cultura católica da Idade Média, tornou-se legítima, normal e até beneficente após a Reforma, efeito da linha doutrinal de Calvino que dizia, entre outras coisas, que o homem tinha o dever de enriquecer (BELLOC, 1945).

Há algum tempo, no catolicismo, acreditava-se que prosperar financeiramente não era apropriado para a vida dos fiéis, por não ser esta a vontade de Deus, que é conhecida como a linha da ‘teoria da liberação’, que tem como ideologia, em princípio, que só se pode falar em melhoria das condições materiais se elas mudarem para o grupo como um todo, ou seja, politicamente. Porém atualmente

alguns grupos religiosos estão na contramão, doutrinas estão alterando completamente esses princípios (BELLOC, 1945; MARTEZ; RODRIGUEZ, 2004).

Religiosos, sociólogos e antropólogos, além de outros estudiosos, têm observado o interesse crescente nos indivíduos de tornarem-se empreendedores, e supostamente alguns grupos, para atender a necessidade interna da população, estão gradativamente adaptando suas aulas, palestras, sermões, cultos etc, a essa necessidade (SERAFIM; MARTES; RODRIGUEZ, 2010). Decorrentes dessa percepção dos religiosos, eclodiram as chamadas doutrinas 'modernas', que são estudos religiosos e teológicos direcionados ao anseio da população pela prosperidade financeira.

A denominação que utiliza essas doutrinas modernas não pregadas anteriormente, com ênfase na prosperidade financeira, em meio a outras doutrinas, denomina-se neopentecostalismo, uma vertente protestante, a que mais cresceu entre 1980 e 2000 no Brasil. Esta vertente está em evidência na imprensa nacional e internacional, nos meios de comunicação, nas pesquisas etc, tanto por causa de seu crescimento como também pela polêmica com relação aos apelos ao materialismo, à mudança de vida, à prosperidade financeira, às manifestações espirituais que ocorrem em seus cultos, bem como por causa das graves denúncias de fraudes, de charlatanismo e enganação (MARIANO, 2005; MELLO NETO; SILVA JÚNIOR, 2010; LIMA, 2007).

## **1.2 Problema de Pesquisa**

Com o advento das doutrinas modernas que surgiram, cabe a proposição de uma pesquisa que investigue a possível relação entre o empreendedorismo e a afiliação religiosa, tendo em vista que algumas igrejas têm pregado algo contíguo à necessidade dos empreendedores. Nota-se a insuficiência de trabalhos científicos a respeito desse tema, razão pela qual o presente trabalho aparece com o intuito de apresentar um resultado que investigue esta relação. Portanto, define-se, para este trabalho, o seguinte problema de pesquisa: há relação entre a afiliação religiosa às



instituições religiosas protestantes neopentecostais e os resultados em termos de ações empreendedoras de seus membros?

### **1.3 Objetivo Geral**

O objetivo geral do trabalho é: investigar a existência de relação entre a afiliação religiosa às instituições religiosas protestantes neopentecostais e os resultados em termos de ações empreendedoras de seus membros.

### **1.4 Objetivos Específicos**

- Investigar a relação teórica entre empreendedorismo, afiliação religiosa e capital social.
- Investigar a dinâmica da ação empreendedora em indivíduos afiliados a instituições religiosas protestantes neopentecostais;
- Analisar a visão da igreja com relação à prosperidade de seus membros e seu envolvimento com o empreendedorismo.
- Analisar de que forma a afiliação religiosa impacta a ação empreendedora dos indivíduos.

### **1.5 Justificativa**

A expansão protestante está em amplo debate nacional. O crescimento protestante no Brasil, nos últimos anos, apresentou as taxas mais elevadas do mundo acompanhadas da relativa diminuição da percentagem de católicos declarados na população. A ampliação do conhecimento científico sobre a relação entre afiliação religiosa e o efeito nas ações empreendedoras são o foco deste trabalho. Nota-se a insuficiência de contribuição científica que comprovam empiricamente a relação

entre afiliação religiosa e empreendedorismo e o benefício a que estão sujeitos os afiliados (MARTEZ; RODRIGUEZ, 2004).

A justificativa para a realização deste trabalho se sustenta em torno de sua relevância acadêmica, que se relaciona à gama de possibilidades que surgem nestes grupos sociais religiosos e o interesse pela prosperidade mútua do grupo, incentivando o empreendedorismo e despertando outros membros a optarem pelo mesmo caminho. Como vimos anteriormente, Fillion (1999b) destacou que o tema atraiu atenção de muitas, senão todas, as ciências humanas na década de 1990, e provavelmente na década de 2000 o tema provavelmente seria o principal ponto de aglutinação das disciplinas de ciências humanas, principalmente por ter atraído o interesse de especialistas de uma variedade ampla de disciplinas. O estudo também contribuirá para pesquisas futuras sobre o tema, pois até a execução do mesmo, um número ínfimo de trabalhos têm relacionado os dois temas. Audretsch, Boente e Tamvada (2007) fortalecem essa prerrogativa, afirmando que estudiosos pelo menos desde Adam Smith e Max Weber argumentam que a religião tem fundamental importância em moldar a economia como um todo, porém conferiram pouca importância no meio científico sobre como e por que a religião poderia influenciar a economia.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Este capítulo do trabalho é destinado à revisão de literatura acerca do tema empreendedorismo, afiliação religiosa e dos conceitos utilizados como arcabouço teórico para a realização da pesquisa. Serão apresentados neste capítulo os conceitos relacionados ao estudo principal: o capital social, a doutrina neopentecostal e sua ligação com a teologia da prosperidade.

### **2.1 Empreendedorismo, Capital Social e Afiliação Religiosa**

Nesta seção, serão apresentados os temas de empreendedorismo, capital social e afiliação religiosa, para a posterior análise da relação que os temas apresentam entre si.

#### **2.1.1 Empreendedorismo**

É possível encontrar estudo profuso, abundante, sobre o tema do empreendedorismo no meio científico, porém autores divergem em suas definições e, de forma geral, não se encontra um consenso definitivo sobre uma definição precisa do que seja empreendedorismo (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011; BOAVA; MACEDO, 2009; COLBARI, 2007; GUEDES, 2009). Assim como observa Yeung (2009), qualquer pesquisador que trabalhe no campo do empreendedorismo irá, invariavelmente, notar a falta de precisão na definição de empreendedorismo e de empreendedor.

O vocábulo empreendedor deriva do verbo *entrepreneur*, do idioma francês. O significado literal do termo é ‘aquele que está entre’ ou ‘intermediário’ (GUEDES, 2009).

Baseando-se em Hisrich e Peters (2002) e Guedes (2009) foi formulado o quadro a seguir, que estabelece uma ordem cronológica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e apresenta a evolução do conceito de empreendedor:

Idade Média	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVIII	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo. Richard Cantillon – pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876	Francis Walker – distinguiu entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter – o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961	McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vésper – o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot – o intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich – o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

**Quadro 1 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do conceito de empreendedor**

Fonte: adaptado de Hisrich e Peters (2002) e Guedes (2009).

Como afirmam Hisrich e Peters (2002), o início da utilização do termo empreendedor surgiu ainda na Idade Média, quando era utilizado para identificar participantes ou administradores que estavam à frente de grandes projetos de produção, como, por exemplo, o clérigo, no caso de construções de obras arquitetônicas.

Embora se tenha utilizado o termo empreendedor anteriormente, de acordo com Filion (1999b), Cantillon, em meados de 1755, foi o primeiro a oferecer clara concepção da função empreendedora como um todo. Ele definiu o empreendedor como o indivíduo que comprava matéria prima com seu próprio dinheiro, com a

finalidade de processá-la e revende-la a preço superior. Portanto, eram vistos como indivíduos que aproveitavam as oportunidades com o intuito de obter lucro, assumindo os riscos inerentes (FILION, 1999b).

Sobre as mudanças no constructo do empreendedorismo, Costa, Barros e Carvalho (2011) desenvolveram um estudo afirmando:

[...] por mais alterações e/ou modificações que tenham ocorrido com o constructo do empreendedorismo ao longo dos anos, um elemento de continuidade adquire notoriedade: a crescente centralidade do papel da empresa neste processo. Se em um primeiro momento o empreendedor adquire papel fundamental caracterizado por sua função na sociedade, por exemplo, como comerciante, artesão ou colono (Cantillon, 1755/1950), com o passar dos anos sua imagem torna-se indissociável de sua própria organização (empreendedor clássico). Aos poucos, já em contexto histórico diferente, a função empreendedora descola-se da figura do empresário e transfere-se para a empresa por ações, que passa a prescindir deste capitalista proprietário individual [...] Na atualidade, ocorre o resgate da importância desse indivíduo empreendedor; agora, no entanto, novamente atrelado de forma intrínseca à organização como empreendedor organizacional, coletivo ou intraempreendedor (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Essa análise é análoga à apresentada por Serafim, Martes e Rodriguez (2010), onde alegam que, após a segunda guerra mundial, com o surgimento das grandes corporações, da expansão do estado de bem-estar social e do crescente aumento da burocratização, decorreu o declínio do estudo do empreendedorismo na academia e de atividades empreendedoras em geral. Segundo os autores, o empreendedor que anteriormente era considerado como aquele indivíduo inovador passou a atuar nas grandes corporações, especificamente no departamento de pesquisa e desenvolvimento das mesmas, o que se pode relacionar com o que Filion (1999b) chama de intra-empreendedorismo ou de empreendedores corporativos, o estudo do empreendedorismo realizado dentro de organizações.

O ressurgimento da importância do empreendedorismo sobrevém em 1980, principalmente motivado pelos trabalhos de Schumpeter. Na obra clássica de Schumpeter (1911), 'Teoria do Desenvolvimento Econômico', nos deparamos com a afirmativa que define os empreendedores como a força motriz do crescimento econômico, por introduzirem no mercado as inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes (BARROS; PEREIRA, 2008; FILLION, 1999b).

Posteriormente um número considerável de economistas e sociólogos interessados no desenvolvimento econômico calhou a insistir na importância do empreendedor (MCCLELAND, 1972). Sobre a importância do empreendedor na sociedade capitalista, Hoselitz (1953) afirma que se existe algo em que os teóricos do capitalismo estão de acordo, é no fato de que uma nova classe ou grupo de homens, os empreendedores, atingiram os primeiros postos de liderança na economia e, posteriormente, atingirão também as elites políticas e outras.

Na realidade capitalista, diferente do que consta em sua teoria, não é a concorrência por preços que conta, mas a concorrência através de novas mercadorias, tecnologias, fontes de oferta e novos tipos de organização. De acordo com Pereira e Barros (2008) esse é o espaço onde geralmente os empreendedores atuam.

Peter Drucker aparece em 1986 conceituando o empreendedor da seguinte forma:

Os empreendedores inovam, criam valores novos e diferentes, e satisfações novas e diferentes, convertendo um material em um recurso, ou combinando recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração (DRUCKER, 1986, p. 45).

De acordo com Fillion (1999a), o empreendedor é aquela pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Ela elabora um planejamento, a partir da visão de futuro, que permite criar as condições necessárias à efetiva realização do seu empreendimento. Posteriormente, em artigo distinto, Fillion (1999b), apresenta uma definição aprimorada:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION, 1999b, p. 19).

Nesse contexto, Dornelas (2008) argumenta que os empreendedores vêm afetando a sociedade eliminando barreiras comerciais e culturais, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando relações de trabalho modernas, quebrando

paradigmas, encurtando distâncias entre países e gerando riqueza para a sociedade.

Em oposição à banalização do termo empreendedor, McClelland (1972) assevera que o homem de negócios que não inova, mas que se limite a comportar-se da maneira tradicional, não é, estritamente falando, um empreendedor.

Por último, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2010 desenvolve um conceito de empreendedorismo aceito mundialmente, amplo, atual e prático, e que será o conceito adotado para essa pesquisa:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (GEM, 2010, p. 215).

Para auxiliarmos a compreender o comportamento de empreendedores, McClelland (1972 apud SCHIMIDT; DREHER, 2008) desenvolveu a teoria que resultou em um dos instrumentos de coleta de dados que mensura as características comportamentais dos empreendedores. O pesquisador dividiu os comportamentos empreendedores em três conjuntos: realização, planejamento e poder, descritos desta forma:

a) Conjunto de realização:

- Busca de oportunidades e iniciativa: aproveitam oportunidades fora do comum e realizam atividades antes do solicitado;
- Persistência: enfrentam desafios e não desistem perante obstáculos;
- Correr riscos calculados: analisam e calculam riscos de maneira cuidadosa e sempre avaliam as chances de sucesso e fracasso;
- Exigência de qualidade e eficiência: buscam exceder os padrões de excelência e têm energia para trabalhar muito;
- Comprometimento: empenham-se pessoalmente na conclusão de uma tarefa e zelam pela satisfação dos clientes.

b) Conjunto de planejamento:

- Busca de informações: recorrem à ajuda de especialistas para elaborar estratégias e buscam informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes;
- Estabelecimento de metas: fixam objetivos claros e específicos e estão sempre orientados para resultados;
- Planejamento e monitoramento sistemático: estabelecem prazos para o cumprimento das tarefas, além de acompanhá-las de perto, e buscam feedback.

c) Conjunto de poder:

- Independência e autoconfiança: buscam autonomia, mostram-se confiantes ao enfrentar desafios e buscam situações para eliminar problemas;
- Persuasão e rede de contatos: influenciam e persuadem pessoas, agem de forma a desenvolver e manter relações comerciais, negociam e fazem as pessoas acreditarem em determinada ideia.

Na mesma linha comportamentalista, Johnson (2001) identificou doze atitudes e comportamentos essenciais do empreendedor, são eles: motivação para alcançar e competir; autonomia para tomar decisões; administrar e ser responsável; estar aberto a novas informações, pessoas e práticas; tolerar ambiguidade e incerteza; pensamento criativo e flexível; habilidade para ver e capturar oportunidades; ter consciência dos riscos, escolhas e ações; ter capacidade para administrar e reduzir riscos; ter persistência e determinação face o desafio ou a falta de recompensa imediata; formular uma visão; ter capacidade para criar impacto.

Com relação à motivação que conduz indivíduos a assumirem os papéis e os riscos de um novo empreendimento, Degen (2009) listou as seguintes: vontade de ganhar mais dinheiro, além do que é possível ganhar na condição de empregado; desejo de sair da rotina do emprego; vontade de determinar o próprio futuro; necessidade de



provar que é capaz de realizar um empreendimento; e desejo de criar algo que traga benefícios para si e para a sociedade.

Existe hoje um número considerável de cursos focados na formação de empreendedores, tanto no Brasil como no mundo, mas conforme o entendimento de Thompson (1999), a sabedoria convencional diz que muitos empreendedores sobrevivem e prosperam sem qualquer tipo de treinamento formal administrativo. Numa tentativa de traçar o perfil do empreendedor, ele define os empreendedores como aguçados para alcançar objetivos, otimistas e com estilo pragmático. Eles desfrutam da independência e correm riscos calculados. São enérgicos, determinados e autoconfiantes.

Longenecker, McKinney e Moore (1998) afirmam que empreendedores de sucesso são aqueles que têm uma alta propensão para tomar decisões por si próprios, para ser orientados para a ação, para assumir riscos, e para perseverar em face da incerteza ou adversidades.

No contexto cultural de empreendedorismo, Emmendoerfer (2000) entende que o ser humano não nasce empreendedor, ele desenvolve essa característica no ambiente em que vive, na época ou lugar, e que tanto pode se tornar um influenciador positivo como negativo dessa tendência.

No mesmo contexto, cultural, Ritchie e Brindley (2005 apud SCHMIDT; DREHER, 2008) afirmam que existe quatro fatores decisivos que influenciam a cultura empreendedora:

- a) Contexto macroempreendedor: depende das políticas, procedimentos e infra-estruturas, que podem facilitar ou inibir o empreendedorismo, como as políticas de governo, mecanismos de apoio e desenvolvimento econômico e cultural.
- b) Contexto do indivíduo empreendedor: história familiar e tradição empreendedora, influências culturais relacionadas à atividade empresarial, compromissos familiares, oportunidades educacionais e nível de apoio da família e amigos;

- c) Características individuais: atitudes para auto-emprego, atitude de correr riscos, idade, autoconfiança, nível educacional e gênero;
- d) Processos e práticas empresariais: o elemento final para desenvolver um comportamento empreendedor sugere que pode haver diferenças na maneira pela qual a atividade empresarial é iniciada, desenvolvida e sustentada. O indivíduo pode, por exemplo, iniciar um negócio no qual há uma tradição forte e apoio familiar, tendo assim um maior suporte para criar o seu negócio. Por outro lado, o indivíduo pode considerar que as suas necessidades individuais para empreender são mais importantes que as fases iniciais de montar um negócio, o que, muitas vezes, faz seu negócio fracassar, em razão da falta de planejamento adequado.

#### 2.1.1.1 O Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

O GEM é um consórcio de pesquisadores que tem o objetivo de desenvolver pesquisas, de âmbito internacional, sobre a atividade empreendedora e disponibilizar os resultados ao maior número de interessados. É o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora do mundo, mais de 80 países foram estudados pela Instituição. O GEM desenvolve uma rede de informações com o apoio da London Business School, da Inglaterra, e do Babson College, dos Estados Unidos. No Brasil o projeto é coordenado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e apoiado pelo SEBRAE. Em 2010 concluíram mais de uma década de pesquisa no Brasil.

De acordo com GEM (2010), a crise econômica de 2008 não abalou o empreendedorismo no Brasil, pois de toda a década de 2000 foi 2010 o ano que apresentou a maior Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA), que é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos que abriram suas empresas em menos de 42 meses. O interesse do brasileiro por essa carreira profissional está em amplo crescimento. De acordo com o mesmo estudo, o Brasil fica em segundo colocado, de um total de 50 países, na quantidade de empreendedores em atividade

no ano de 2010, com 21,1 milhões, atrás somente da China, com 131,7 milhões. Tanto nos países do G20 como naqueles do BRIC, o Brasil apresentou a maior taxa TEA, comprovando a força empreendedora do país ante outras potências mundiais tais como China, França, Estados Unidos e Japão.

Existem dois tipos de motivações para a ação empreendedora: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. O primeiro caracteriza-se por ser o empreendedorismo iniciado por falta de melhores opções de trabalho e optado para suprir a necessidade de capital do indivíduo e da sua família. O segundo diz respeito à ação empreendedora motivada por oportunidades percebidas no mercado, ele opta por empreender ainda que o indivíduo tenha outras oportunidades de trabalho e de geração de renda (GEM, 2010).

O empreendedorismo por oportunidade é mais benéfico para a economia do país, evidenciando o fato de que além de cobrir uma necessidade do mercado, geralmente esses indivíduos são mais bem preparados para gerir uma organização do que aqueles que empreendem por necessidade. No entanto, o empreendedorismo por necessidade pode gerar oportunidades de negócio e se transformar em empreendimentos por oportunidade. Atualmente no Brasil para cada empreendedor por necessidade existem 2,1 empreendedores por oportunidade (GEM, 2010).

O Projeto GEM (2008) desenvolveu um modelo para explicação do processo empreendedor, dividindo a atividade empreendedora em quatro estágios, utilizando como critério a fase de criação do negócio e o tempo decorrido. O processo está ilustrado na figura 1.

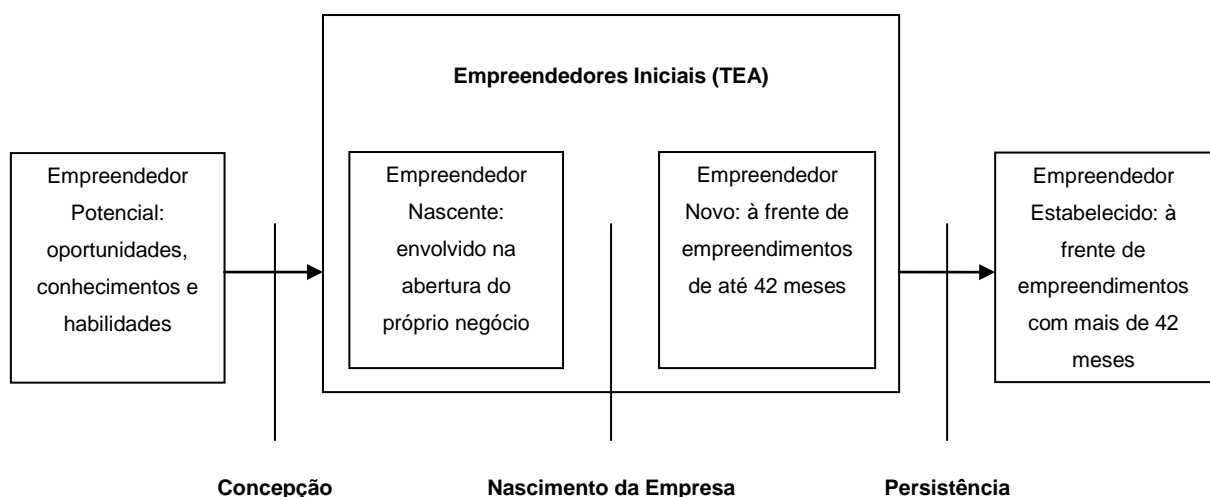
A primeira fase é caracterizada pelo momento em que o indivíduo tem a ideia de iniciar um negócio próprio, o que pode ter ocorrido tanto por necessidade ou por oportunidade, mas ainda sem nenhuma ação. Esse é conhecido como o empreendedor potencial.

A segunda fase é a ocasião em que o indivíduo utiliza a ideia que teve no primeiro estágio e abre a empresa. Devido à dificuldade de precisar a data de “nascimento”

da empresa, o GEM adota o seguinte critério: se ocorreu o pagamento de qualquer salário, seja do proprietário ou de funcionários, por mais de três meses, então é definido o evento de nascimento da empresa como no terceiro mês. Desta forma, aqueles que, por meio de seu negócio, não pagaram ao menos três salários, serão considerados ainda como empreendedores potenciais. O indivíduo que se encontra nessa fase é chamado de empreendedor nascente.

A terceira fase está relacionada ao tempo de existência da empresa que foi criada. Novamente adota-se o critério de pagamento de salários. São enquadrados nesta fase os empreendimentos que pagaram salários por mais de três meses e até quarenta e dois meses. Estes são considerados como empreendedores novos.

A quarta fase corresponde à estabilização do negócio. As empresas nessa fase sobreviveram ao risco da novidade, considerando o proprietário como empreendedor estabelecido, pois pagou salários por mais de quarenta e dois meses. O indivíduo que tem a empresa por mais de quarenta e dois meses é intitulado empreendedor estabelecido.

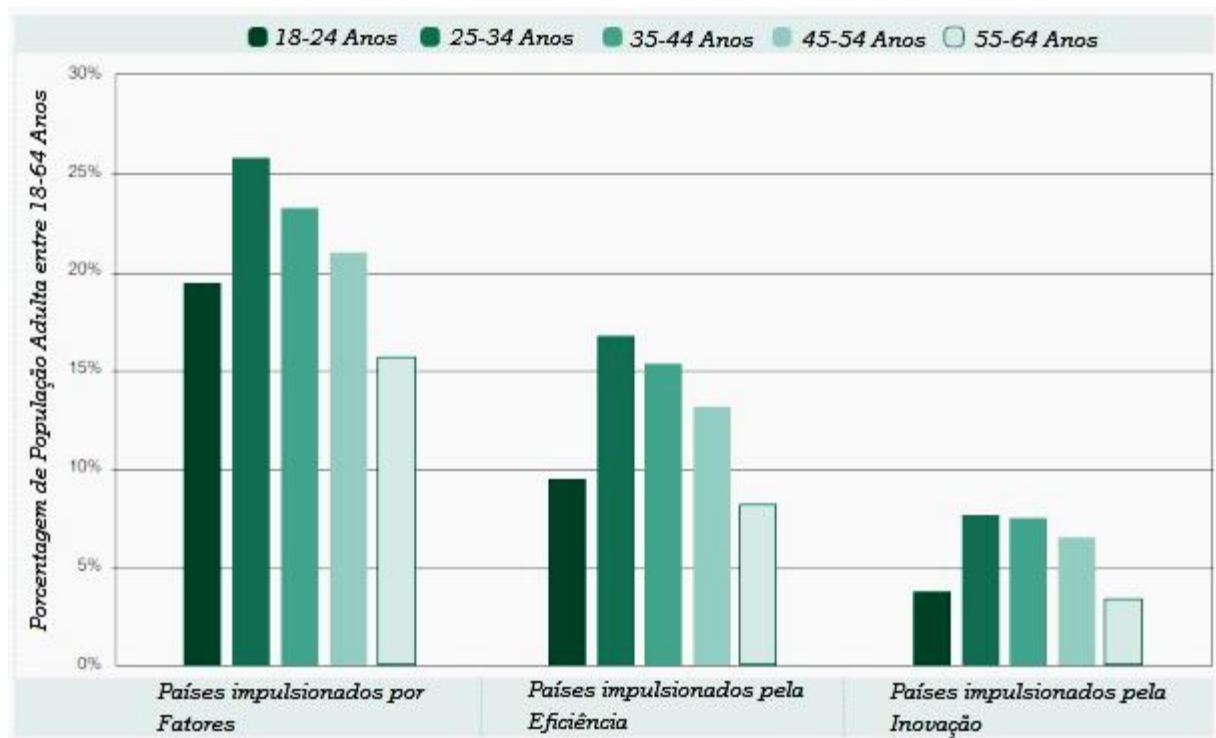


**Figura 1 – O Processo Empreendedor**

Fonte: GEM, 2008.

Sobre a faixa etária dos empreendedores no Brasil e no mundo, GEM (2010) apresenta um gráfico do cenário de 2010, dividido em três categorias, segundo a fase

de desenvolvimento de cada país: (a) países de economias baseadas na extração e comercialização de recursos naturais, tratadas aqui como países impulsionados por fatores; (b) economias norteadas para eficiência e a produção industrial em escala, denominados de países impulsionados pela eficiência; e (c) economias fundamentadas na inovação, ou simplesmente, países impulsionados pela inovação. Para facilitar a compreensão, segue a lista de alguns países contidos em cada categoria: (a) Egito, Venezuela, Gana, Uganda, Bolívia e Angola; (b) Brasil, Colômbia, China, Uruguai, Argentina e África do Sul; e (c) Estados Unidos, Japão, Alemanha, França, Espanha, Reino Unido e Grécia.



**Gráfico 1 - Distribuição dos empreendedores segundo idade e fase de desenvolvimento econômico de grupo de países**

Fonte: adaptado e traduzido de GEM Global Report (2010, p.33).

Este gráfico nos permite concluir que a principal faixa etária dos empreendedores mundiais encontradas em cada bloco é entre 25 e 34 anos, seguida pela faixa de 35 e 44 anos. No Brasil entre os brasileiros com 25 e 34 anos, 22,2% estava à frente de um empreendimento, muito superior à média da década de 2000, de 16,7%, e também a mais alta do período (GEM, 2010). “Vale ressaltar que o jovem brasileiro possui uma característica de assumir riscos, predicado que também é inerente à

atividade empreendedora, favorecendo a existência de jovens empreendedores.” (GEM, 2010, p. 52). Também é possível constatar que o bloco onde há maior porcentagem de empreendedores entre pessoas de 18 e 64 anos é no bloco representado por países impulsionados por fatores.

Ao reunir os dados da Pesquisa GEM (2010), é possível exibir o perfil do empreendedor nascente brasileiro da seguinte maneira:

- É empreendedor por oportunidade, numa razão de 2,1 para cada empreendedor por necessidade.
- É homem (50,7%), contra 49,3% mulheres.
- Está na faixa etária de 25 e 34 anos.
- Possui entre 5 e 11 anos de estudo, equivalente a ensino fundamental incompleto até ensino médio completo (53,5%).
- Tem renda familiar de mais de 6 salários mínimos.
- Empreendem com recursos entre R\$ 2.000,00 e R\$ 10.000,00, sendo 70% do investimento vindo por familiares.
- Atua no comércio varejista (25%).
- Seus produtos não são inovadores (83,2%), contra 16,8% de inovadores.
- Enfrenta mercado muito concorrido (63%).
- Utiliza tecnologia conhecida (95%).
- Não tem cliente no exterior (93,2%).

De acordo com GEM (2010), o Brasil não apresenta condições favoráveis à criação de novos negócios, principalmente por causa das políticas gerais, burocracia e carga tributária. Destacam-se como pontos principais os seguintes:

- Falta de política nacional voltada para o Empreendedorismo, contemplando focos estratégicos nacionais e regionais, fontes de financiamento, linhas de crédito específicas para novos e já existentes empreendedores e formas de apoio.
- Carência de incentivos governamentais para os novos empreendimentos.

- A burocracia afeta a abertura e manutenção dos novos negócios. Houve um avanço recente com a lei do empreendedor individual, mas esta é voltada para negócios muito pouco sofisticados.
- O peso da carga tributária exercida sobre as atividades empreendedoras, especialmente sobre a folha de pagamento. Houve avanço com relação às micro e pequenas empresas em função da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, do Simples Nacional. Entretanto, depois que a empresa se desenquadra da condição de micro e pequena empresa, a possibilidade de crescimento é bastante dificultada em razão da carga tributária elevada.
- Custo Brasil elevado (exemplo: infraestrutura de transportes).
- Legislação trabalhista confusa e antiquada.
- Sistema jurídico emperrado: dá margens a inúmeras postergações e recursos, sobretudo de quem tenha mais recursos financeiros e melhores advogados.

### 2.1.2 Capital Social

Assim como no empreendedorismo, muitos conceitos dados pelos autores são distintos entre si sobre capital social, muito tem sido discutido a respeito da melhor definição para esse termo. Para esse trabalho utilizaremos os conceitos de Pierre Bourdieu (1983) e de Maskell (2000), por acreditar que são conceitos mais aceitos no âmbito social do estudo e de maior amplitude.

Primeiramente Bourdieu (1983, p. 51) empregou o termo “capital social” na década de 1980, referindo-se às vantagens e desvantagens de se pertencer a certas comunidades. Ele apresenta o conceito de “capital social” como:

O agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à participação em uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútua familiaridade e reconhecimento [...] que provê para cada um de seus membros o suporte do capital de propriedade coletiva (BOURDIEU, 1983, p.51)

Outro conceito que emergiu no final do século passado, foi apresentado por Maskell (2000, p. 111), que o descreve como:

“O uso do termo ‘capital’ implica que estamos lidando com um ativo. A palavra ‘social’ nos diz que é um ativo alcançado pelo pertencimento a uma comunidade, por meio de processos de interação e aprendizado” (MASKELL, 2000, p. 111).

Serafim, Martes e Rodriguez (2010) propõem que o capital social propicia a extensão da rede de relacionamentos, permite a emergência de redes de ajuda mútua e solidificam valores que agilizam e facilitam as decisões. Destacam ainda:

“Confiança, honestidade, solidariedade e uma série de valores éticos e comunitários reforçam laços de pertencimento e ajudam a construir e adensar relações sociais que facilitam a ação entre seus membros, inclusive a ação econômica” (SERAFIM; MARTES; RODRIGUEZ, 2010, p. 04).

O capital social é alto onde as pessoas têm elevado grau de confiança mútua, portanto, o contrário, ou seja, em comunidades onde não existe confiança mútua, há ‘pouco’ capital social (ALBAGLI; MACIEL, 2002, p.6).

Fazendo uma menção direta às vantagens que se obtém pelo alto grau de confiança mútua existentes nas religiões protestantes, assim colocam Serafim e Andion em estudo recente (2010):

Os indivíduos e as organizações se beneficiam do alto grau de confiança entre os membros de sua rede, obtendo vantagens como menor ocorrência de comportamentos oportunistas, redução dos custos de transação necessários à realização de negócios e acesso a relações pessoais importantes para a abertura e manutenção do negócio (SERAFIM, ANDION, 2010, p. 565).

Fortalecendo o pressuposto de quanto o capital social influencia na ação empreendedora, foi definido por Serafim e Andion (2010) que elevados níveis de capital social propiciam aos empreendedores não apenas maior facilidade de acesso e compartilhamento de informações privilegiadas, mas também conhecimento acerca de oportunidades de negócios.

Na definição de Steiner (2006) nos deparamos com outro conceito que consolida a vantagem de se ter capital social: “pertencer a um grupo é possuir um capital, ou seja, é possuir um recurso que facilita as ações entre os agentes, tornando desnecessárias todas as precauções a serem tomadas nos casos em que a honestidade e a confiança estão ausentes” (STEINER, 2006, p. 81).



Um termo importante e mais atual que o capital social surgiu neste século XXI, ele é definido como “capital espiritual” ou “capital social religioso”. Capital espiritual apresenta-se como um tipo especial de capital social que se refere a aspectos deste capital relacionados à religião (estrutura social religiosa) ou espiritualidade. “De modo geral, capital espiritual pode ser entendido como a influência de práticas, crenças, redes e instituições religiosas em indivíduos e organizações, tanto no âmbito econômico quanto social” (SERAFFIM, ANDION, 2010, p. 568).

Numa perspectiva complementar tanto com relação ao capital espiritual, como a afiliação religiosa e ao empreendedorismo, Martes e Rodriguez (2004) afirmam que capital espiritual e confiança desenvolvidos no interior dos grupos religiosos podem se tornar fontes de vantagem competitiva no mercado, favorecendo a ação empreendedora tanto no acesso à informações sobre oportunidades de negócio quanto na aquisição de recursos e facilidade na montagem dos esforços necessários para o desenvolvimento de oportunidades comerciais.

Serafim, Martes e Rodriguez (2010) reiteram que o pertencimento à igreja, mais do que a mera afiliação religiosa, propicia o capital social, uma espécie de capital ao qual, de outro modo, talvez não pudessem ter acesso.

### 2.1.3 Afiliação Religiosa

Na religião protestante os afiliados têm, em geral, o hábito de frequentar as igrejas ou “templos” semanalmente, onde são realizadas as pregações com respeito à ‘Bíblia Sagrada’, segundo a hermenêutica pós Revolução Protestante do início do século XVI. Aqui entendemos por afiliação religiosa protestante o envolvimento de um indivíduo com uma instituição religiosa protestante com certo grau de fidelização e frequência constante nos eventos realizados na instituição, tais como: cultos, pregações, ministrações, grupos.

O termo “evangélico”, ou protestante, refere-se ao campo religioso formado pelas denominações cristãs nascidas e descendentes da Reforma Protestante europeia. O termo engloba hoje três tipos de igrejas diferentes: As igrejas protestantes históricas (Batista, Presbiteriana, Luterana, Metodista, Anglicana e Congregacional), as igrejas pentecostais (Congregação Cristã no Brasil, Assembléia de Deus, Deus é Amor etc.) e as igrejas neopentecostais (Renascer em Cristo, Internacional da Graça de Deus, Universal do Reino de Deus, Sara Nossa Terra etc.) (FIGUEIRA, 2007).

Na literatura da Idade Média e nos escritos puritanos, pode-se encontrar a clara condenação à busca por bens, dinheiro e trabalho. No entanto, Weber (2004) defende, no protestantismo, que a perda de tempo é o primeiro e o principal de todos os pecados, isso porque ele considerava que toda hora perdida, seja dormindo mais do que o necessário, por meio de conversas ociosas e do luxo, são horas que redundam uma perda de trabalho para a glorificação de Deus. Reputou-se o trabalho como a própria finalidade da vida, e concluiu que aquele que não tem vontade de trabalhar está afastado da graça de Deus (WEBER, 2004).

Como premissa a este trabalho, utiliza-se a linha tradicional de Weber (2004), que afirma que certos aspectos da ética e dos valores religiosos das denominações protestantes são, em geral, propícios ao empreendedorismo e ao desenvolvimento econômico em sistemas capitalistas.

Fortalecendo a ideia de que o afiliado goza de benefícios com a afiliação religiosa que ele exerce, Benadich e Modell (1980, p.236) afirmam que um aspecto fundamental da relação entre afiliação religiosa e capital social é que a “religião não é apenas um conjunto de crenças e práticas culturais: é também um conjunto de relações sociais”; “Como resultado, capital social e confiança que se desenvolvem no âmbito de um grupo ou comunidade religiosa têm o potencial de se tornarem fontes de vantagem competitiva nos negócios.” (MARTEZ; RODRIGUEZ, 2004).

Na mesma linha, Serafim, Martes e Rodriguez (2010, p. 3) garantem que: “A igreja gera e propicia, para seus membros, recursos sociais e organizacionais que são fatores-chave para a abertura de novas organizações.”.

Nas igrejas protestantes nota-se grande ênfase no aumento dos níveis de poupança e renda pessoais, como também a influência à entrada das mulheres no mercado de trabalho. As igrejas apresentam casos de empresários protestantes que tiveram sucesso na carreira empreendedora como exemplos de recompensa divina pelos seus méritos e esforços (MARTES; RODRIGUEZ, 2004).

Como a análise bibliográfica permitiu, vimos que a afiliação religiosa, de certa forma, oferece suporte àqueles que optam pela carreira empreendedora (SERAFIM; ANDION, 2010). No entanto não existem trabalhos suficientes que comprovam empiricamente essa relação, tornando assim este um tema com um campo vasto de possibilidades.

## **2.2 Os Neopentecostais e a ‘Teologia da Prosperidade’**

O neopentecostalismo é uma corrente pentecostal, chamada de evangelho de terceira onda. O prefixo “neo” mostra-se apropriado tanto para definir essa corrente derivada do pentecostalismo como nova e, mais forte, ao seu caráter inovador. Esse movimento teve início em meados do século XX, e no Brasil surgiu na década de 70, mas se fortaleceu nos idos de 1980 (MARIANO, 2005).

Sua marca específica é a liberação dos estereotipados usos e costumes, os quais durante muito tempo caracterizavam os protestantes no Brasil, tais como: cabelos longos, saias abaixo do joelho, proibição de assistir televisão e pobreza. Houve também, por parte desta corrente, uma exacerbação da guerra espiritual contra o diabo e a pregação enfática da ‘Teologia da Prosperidade’, associada à aquisição de bens materiais (MARIANO, 2005).

Já Azevedo (1994) argumenta que as características do neopentecostalismo são a crença de que a palavra humana, associada à fé, faz acontecer coisas neste mundo. Também afirma que, para eles, há uma ênfase na guerra espiritual, uma espécie de guerra entre o bem o mal.

As palavras a seguir, de Carneiro e Rios (2007), definem com precisão a ‘Teologia da Prosperidade’:

A Teologia da Prosperidade, doutrina bastante difundida nos EUA em 1930, assume para os neopentecostais os tons de uma vida com abundância. Este tipo de vida prega que a pobreza é de origem demoníaca e que o verdadeiro Deus, por ser um pai amoroso e rico, quer ver seus filhos sadios, prósperos e ricos. Quem vive longe dessa dimensão de riqueza (física, espiritual e material) estaria fora dos propósitos divinos e necessitaria, assim, descobri-lo (CARNEIRO; RIOS, 2007).

Segundo Lima (2007, p. 144), a ‘Teologia da Prosperidade’ ensina que, se confiarem em Deus, os cristãos serão prósperos, saudáveis e vitoriosos em tudo que empreenderem na terra. Por meio da confissão positiva (se posicionar com a fala), o fiel terá acesso a tudo do bom e do melhor que a vida pode oferecer (saúde perfeita, casamento harmonioso, riqueza material, poder para subjugar as forças malignas etc.), e para tanto ele deve ser recíproco com Deus, para receber essa graça de Deus ele tem que entregar às igrejas seus dízimos e suas ofertas (MELLO NETO e SILVA JÚNIOR, 2010).

O ato de pagamento do dízimo e das ofertas, na interpretação da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), é que serve para firmar o contrato com Deus, como forma de ‘provar a sua fé’ e o desprendimento que tem com as riquezas materiais. Quanto maior a manifestação da fé por meio da oferta, maior a benção recebida. Ou seja, quanto mais se oferta, mais se recebe, este é o princípio da chamada ‘Lei da Semeadura, explicada posteriormente (GALLO, 2010).

De acordo com Mello Neto e Silva Júnior (2010, p. 760), o neopentecostalismo no Brasil é principalmente representado pelas igrejas Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1976), Igreja Universal do Reino de Deus (1977), Igreja Internacional da Graça de Deus (1980) e Igreja Renascer em Cristo (1986) e uma das mais fortes características dadas às igrejas neopentecostais é a importância dada ao dinheiro.

Muitos pregadores neopentecostais adotam o texto do livro de Malaquias, da Bíblia Sagrada para fundamentar esse princípio para o dízimo: “Trazei todos os dízimos à casa do Tesouro, para que haja mantimento na minha casa; e provai-me nisto, diz o SENHOR dos Exércitos, se eu não vos abrir as janelas do céu e não derramar sobre

vós bênção sem medida” (3:10-12). Porém vários outros trechos da Bíblia Sagrada também são citados com este fim. “O dinheiro sela um importante contrato entre as partes, na medida em que, estando em dia com o dízimo, o fiel adquire o direito de usufruir das promessas de Deus lançadas nesses versículos de Malaquias” (MELLO NETO e SILVA JÚNIOR, 2010, p. 765).

R. R. Soares, fundador da Igreja Internacional da Graça de Deus, faz uma afirmação em seu livro sobre a relação de se exigir de Deus a prosperidade financeira como um direito a ser reivindicado pelos cristãos.

Não importa que estejamos negociando com Deus. Não há ninguém melhor para se negociar. Ele é justo, bondoso e quer o melhor para nós. Ele não visa apenas lucros ‘pessoais’ e sempre cumpre a Sua Palavra. Pense bem o leitor se há alguém melhor com quem possamos ‘negociar’ (SOARES, 1998, p. 82).

Em outras apologias à prosperidade financeira, pregadores frequentemente se embasam no que chamam de ‘Lei da Semeadura’. Esta ‘lei’ é entendida pelos teólogos neopentecostais como uma lei espiritual que rege a ideia de que a oferta do cristão à igreja é uma semente, e que essa irá se multiplicar e consequentemente o cristão irá colher substancialmente em porção superior à que semeou. Ideia que se assemelha muito à da agricultura, onde se o indivíduo que planta a semente de uma árvore, por exemplo, em condições boas e acompanhamento frequente, um dia irá se deparar com a situação de que a semente vai brotar, crescer e lhe render frutos. Como eles enfatizam que é uma lei, às vezes fazem menção à lei da gravidade: ‘você acredita na lei da gravidade? Não? Então solte um copo no ar que verá que o mesmo irá se quebrar. Da mesma forma funciona com a lei da semeadura, embora você possa não acreditar nela, ela é verdadeira e não falha’.

### **3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA**

Este capítulo discute o tipo de pesquisa que foi realizada para este trabalho, os métodos de pesquisa para a consecução do estudo e os meios utilizados para alcançar os objetivos.

#### **3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa**

Esta pesquisa é do tipo exploratória, uma vez que “um estudo exploratório é realizado quando o tema escolhido é pouco explorado, sendo difícil a formulação e operacionalização de hipóteses” (OLIVEIRA, 2007, p.65). Como visto em capítulo anterior, não há trabalhos suficientemente desenvolvidos acerca do tema específico em questão e muito menos com a relação entre empreendedorismo e afiliação religiosa protestante, objetivou-se assim iniciar uma discussão a respeito dessa relação.

Quanto ao método de abordagem da pesquisa, indica-se que seja qualitativa, com dados primários obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas com três membros empreendedores e três pastores de três igrejas protestantes neopentecostais distintas. As entrevistas serão analisadas por meio de análise de conteúdo.

#### **3.2 Caracterização das Instituições**

Como exposto por Mello Neto e Silva Júnior (2010, p. 760), o neopentecostalismo no Brasil é principalmente representado pelas igrejas Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (SNT), IURD, Igreja Internacional da Graça de Deus e a Igreja Evangélica Apostólica Renascer em Cristo (IRC). Portanto, foram selecionadas três destas para a realização da pesquisa: a SNT, a IRC e a maior delas, IURD. Todas elas têm filiais em Brasília, DF, a área de pesquisa.

### 3.2.1 Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra

A SNT foi fundada em fevereiro de 1992, em Brasília, pelos bispos Robson e Maria Lúcia Rodovalho. A denominação conta com cerca de 800 igrejas em todo Brasil e exterior no ano de 2012 e em torno de 750 mil fiéis. Ela possui uma forma de governo diferenciado das demais igrejas neopentecostais, pois está sob a coordenação de um grupo denominado Federação Nacional Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra. Esta federação é dirigida por um Conselho de Bispos e um Conselho Diretor, os quais responsáveis pela Igreja em todo o Brasil e Exterior. Além disso, também é único seu sistema colegiado de pastorado.

A SNT surge depois de uma divisão da primeira Comunidade Evangélica de Goiânia dirigida até então pelos pastores César Augusto e Robson Rodovalho exercendo uma liderança conjunta que mais tarde iria ser o estopim da divisão por choque de ideias administrativas e busca por poder. Robson Rodovalho tenta implementar um sistema de 'caixa único' entre todas suas igrejas afiliadas, fazendo com que toda arrecadação feita pelas igrejas afiliadas fossem enviadas para uma central única na igreja que seria então aberta em Brasília, DF, e presidida pelo mesmo Robson Rodovalho que administraria toda renda. César Augusto não aceitou a centralização financeira, muito menos a ideia de ser deposto da liderança da igreja e ser relegado ao segundo escalão na liderança, com isso faz a opção pela divisão da mesma. Como consequência da ruptura, o resultado foi uma luta interna pelos bens, fiéis e templos afiliados da igreja em Goiânia. A disputa interna contou com a mediação do reverendo Caio Fábio, viabilizando a realização da partilha de bens. A separação resulta então na formação das igrejas Ministério Comunidade Cristã de Goiânia, hoje denominada Igreja Fonte da Vida, sendo liderada por César Augusto e a SNT com sede em Brasília, liderada pelo Bispo Robson Rodovalho.

A igreja conta com um projeto chamado Projeto Plenitude, que foi fundado em 2007 por membros da própria igreja e foca na promoção de reuniões de empreendedores mensalmente. Tem como objetivos o evangelismo, a consolidação de membros e a construção de relações pessoais duradouras. O público alvo são empreendedores, executivos e profissionais liberais. O projeto ainda oferece seminários voltados ao

empreendedorismo, onde empresários e profissionais são motivados a desenvolverem a capacidade pessoal de liderar e motivar equipes para obter melhores resultados.

### 3.2.2 Igreja Evangélica Apostólica Renascer em Cristo

Outro grupo neopentecostal que também enfatiza a teologia da prosperidade e tem despertado muita atenção da imprensa nos últimos anos, principalmente pelo envolvimento de seus líderes em escândalos financeiros, é a IRC, fundada em 1986 por Estevam Hernandes e sua esposa, Sônia Hernandes. Possui 1200 igrejas. “Desde sua origem a igreja voltou sua atenção para os jovens, usando o rock gospel como meio de atraí-los” (ROMEIRO, 2005, p. 56 apud DOLGHIE, 2004).

Pensando no segmento dos empresários, a IRC criou em 1996 a Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos (AREPE) que visa aproximar empreendedores e apoiá-los tanto oferecendo recursos organizacionais como apoio às atividades empreendedoras. São realizadas também palestras, seminários e cursos organizados pela AREPE com o intuito de desenvolver e capacitar os membros empreendedores da Igreja. Nas segundas-feiras em todas as filiais da IRC é realizado o culto AREPE, principalmente voltado para empresários e profissionais que buscam sucesso profissional e financeiro (SERAFIM; MARTEZ; RODRIGUEZ, 2010).

### 3.2.3 Igreja Universal do Reino de Deus

A IURD foi fundada por Edir Macedo (nascido em 1944), filho de comerciante. Macedo trabalhou por 16 anos na Loteria do Estado do Rio de Janeiro, período em que subiu de contínuo até um cargo administrativo. De origem católica, ele ingressou na Igreja de Nova Vida na adolescência, deixando essa igreja para fundar a sua própria, inicialmente chamada de Cruzada do Caminho Eterno juntamente com R. R. Soares, Roberto Lopes e os irmãos Samuel e Fidélis Coutinho, que em pouco tempo



(cerca de 2 anos depois) vieram a separar e formar a IURD em 1977, sem os irmãos Coutinho. Logo depois desse fato outros impasses levaram a saída de R. R. Soares desse ministério, que fundou outra igreja (MARIANO, 2005, p. 55).

Em 1998 a IURD possuía mais de três mil templos espalhados em mais de 50 países, como Portugal, Moçambique, Angola, Argentina e a África do Sul, lugares onde conquistou maior aceitação, significando um aumento de 2600% do número de igrejas em apenas nove anos (MARIANO, 2005).

Conforme descreve Lima (2007), em todas as segundas-feiras são realizadas nas filiais da IURD a chamada 'Reunião dos Empresários', voltadas para empreendedores que estão passando por dificuldades financeiras ou que simplesmente buscam prosperidade financeira. "Durante as reuniões as pessoas desenvolvem potenciais, descobrem seus talentos, traçam objetivos e planejam cada detalhe para a realização de suas metas" (LIMA, 2007, p. 135).

No campo financeiro, porém, é onde a IURD tem suscitado inúmeras críticas no meio protestante e ainda mais fora dele, principalmente pela sua forma agressiva e extravagante de levantar ofertas e contribuições financeiras em geral. Em 2003, Diogo Mainardi visitou o templo da IURD de Ipanema, no Rio de Janeiro, para participar da reunião dos empresários. Depois de descrever uma parte do culto, concluiu seu artigo dizendo (ROMEIRO, 2005, p. 55-56):

Se a primeira parte da reunião dos empresários foi dedicada a melhorar as finanças dos fiéis, a segunda buscou uma compensação para os cofres da Igreja Universal. O pastor Wendell mandou colocar quarenta bíblias no altar, e pediu que quarenta fiéis lhe entregassem um mínimo de dez reais cada. "mesmo que sejam seus últimos dez reais". Não foi fácil. O pastor Wendell precisou suplicar por 23 minutos para angariar os doadores, suspeitando, inclusive, que houvesse um demônio entre nós.  
Um dos trunfos da Igreja Universal é incorporar em seus cultos técnicas de programa de auditório [...] (ROMEIRO, 2005, p. 55-56).

Conforme a afirmação de Degen (2009), muitos indivíduos empreendem com o intuito de alcançar um nível de renda que não seria possível trabalhando em uma organização. O que as igrejas neopentecostais pregam se mostra semelhante com o que estes empreendedores buscam, existe aí, possivelmente, uma união entre a vontade da igreja de que seus membros enriqueçam e a vontade do membro de

enriquecer. Com esta finalidade, as igrejas estão cada vez mais investindo em reuniões de empresários, com o propósito de aumentar a capacitação dos mesmos e de despertar o interesse pelo empreendedorismo naqueles que ainda não são, mas que têm este desejo.

### **3.3 Participantes do estudo**

Para realização da pesquisa, foram entrevistados um pastor e três membros empreendedores da SNT, um pastor da IURD e um da IRC, totalizando seis indivíduos. Objetivou-se com a entrevista realizada com os pastores obter informações e ensinamentos passados aos membros que sejam relacionados com o tema de empreendedorismo, sucesso profissional e vida com abundância, levando em consideração que os pastores possuem relação direta com seus membros ativos. No caso da SNT, os três membros empreendedores que se dispuseram a fazer parte da realização da pesquisa, permitiram analisar o caso de cada um deles, os fatores que os motivaram a abrir um negócio, a realizar uma ação empreendedora e o papel de sua religião nessa experiência.

Na SNT, a pesquisa foi realizada na sua sede mundial, conhecida como 'Embaixada Sara Nossa Terra', localizada no Setor Sudoeste. Na IRC a pesquisa deu-se na sede estadual, localizada no Setor de Indústrias Gráficas. A pesquisa na IURD foi realizada no templo conhecido como 'Templo Maior', localizado na Asa Sul. Todas as localidades apresentadas são também as mais importantes das três igrejas na região de Brasília, DF.

### **3.4 Instrumentos de pesquisa**

Como instrumento de pesquisa para analisar o caso de empreendedores afiliados às instituições religiosas, foi desenvolvido e utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, abrindo espaço e permitindo que o entrevistado desenvolvesse seu raciocínio e expresse suas experiências, que também possibilita ao pesquisador

direcionar a entrevista para outro rumo ou explorar melhor alguma parte específica quando sentir necessidade.

Com este instrumento de pesquisa pretendeu-se alcançar resultados que satisfazem a questão levantada sobre influência religiosa à atividade empreendedora de seus membros.

### **3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados**

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas gravadas em áudio e transcritas. As entrevistas foram realizadas durante os meses de março a maio de 2012, nas dependências das igrejas ou das empresas dos entrevistados. A análise dos dados ocorreu por meio de análise de conteúdo, que conforme Martins e Theóphilo (2007) descrevem, uma técnica para se estudar e analisar a comunicação de maneira objetiva e sistemática, buscando-se inferências confiáveis de dados e informações relativas a certo contexto a partir dos discursos dos entrevistados. O roteiro de entrevista foi previamente estruturado com vistas a realizar a análise de conteúdo com a abordagem teórica definida na pesquisa.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Neste capítulo são apresentados e discutidos os resultados obtidos após a realização das entrevistas, à luz do referencial teórico abordado, visando os objetivos propostos. O capítulo está dividido em duas seções, sendo que a primeira trata da entrevista com empreendedores e a última trata da entrevista com os pastores. A seção que trata da entrevista com os empreendedores foram divididas em duas subseções para facilitar ao leitor a compreensão dos dados apresentados: os empreendedores e o papel da igreja sob a visão dos mesmos.

### **4.1 Resultados e análise das entrevistas com empreendedores**

#### **4.1.1 Os empreendedores**

Foi resultado das entrevistas o conhecimento do fato de que todos os empreendedores entrevistados tiveram contato com o empreendedorismo muito cedo, quando eram ainda crianças, onde trabalhavam ajudando seus parentes no comércio nas cidades pequenas onde moravam. Isso pode ter contribuído para que todos eles iniciassem nesta área, mas não foi por esse motivo, absolutamente, que os manteve como empresários até o dia de hoje.

Todos os empreendedores são considerados pelo GEM (2010) como empreendedores estabelecidos, ou seja, proprietários de empresas que já estão no mercado há mais de 42 meses. Na realidade, a empresa mais nova entre os entrevistados já conta com 16 anos de abertura, ou seja, não são pessoas que iniciaram recentemente a carreira empreendedora, mas que já possuem experiência, que superaram os desafios da consolidação da empresa no mercado, bem como as dificuldades e riscos a que o brasileiro está sujeito ao empreender no país.

Entre os empreendedores entrevistados, apenas um empreendeu visando uma oportunidade de carreira, os demais empreenderam por necessidade. Foi citado anteriormente que a proporção de empreendedores por oportunidade no Brasil em 2010 está sob uma razão de 2,1 para cada empreendedor por necessidade, porém neste caso foi o inverso. Este fato pode ser explicado pelo aumento do número de empreendedores por oportunidade que têm surgido nos últimos anos, pois segundo a mesma pesquisa GEM (2010), no ano de 2002 (ano mais próximo à época de abertura das empresas dos entrevistados e primeiro ano do GEM no Brasil) era de 0,8 empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade. Acredita-se que esse número era ainda menor nos anos anteriores. Entre os fatores que os motivaram para empreender, foram citados: necessidade de recursos, por almejar algo grande, pela autonomia e pelo gosto da atividade comercial.

É interessante ressaltar que na hora de contratar, nenhum deles tem preferência por funcionários que partilhem da mesma religião, desde que tenham princípios cristãos interiorizados, tais como: ética, comprometimento, sinceridade, integridade e respeito.

Interrogados sobre a visão do risco de empreender, ou seja, de ir à falência, apenas um deles garantiu que a fé impacta no modo como ele enxerga esse risco, pois crê que seu Deus jamais irá permitir que ele feche as portas de sua empresa, conforme afirmou: “Tudo na vida é um risco, a gente não sabe o que vai acontecer no dia de amanhã, mas também conforme a palavra de Deus, ela nos assegura que 100 pessoas ao meu lado cairão, e 10 mil a minha direita, e eu permanecerei em pé. Então é da mesma forma com relação aos meus empreendimentos, o meu sempre vai estar em pé. Porque eu creio na bênção de Deus, no domínio d'Ele sobre a minha vida, sobre as minhas coisas”. Os outros dois disseram que o risco é calculável e que o risco é administrável quando se conhece profundamente a respeito da área em que atua, o que proporciona a “fé em si mesmo”, segundo um deles.

#### 4.1.2 O papel da igreja sob a visão dos membros empreendedores

Sobre a afiliação religiosa desde a abertura da empresa até a atualidade, foram enfáticos à ideia de que a conversão para o protestantismo, a aquisição da fé e a afiliação religiosa foram fundamentais para que a empresa continuasse existindo e para que eles se tornassem empresários melhores, pessoas melhores. Obstáculos, invejas, trapaças, e até mesmo falência haviam feito parte da vida dos entrevistados, mas afirmaram que foi apenas com a fé que conseguiram se reerguer e continuar batalhando. Benefícios tais como melhora no contato social, ética, equilíbrio, paz, disciplina, responsabilidade, fé, crença em si mesmo, constância, humildade, força e sinceridade foram sucedidos pela conversão e devida afiliação, igualmente. Assim os entrevistados também foram unânimes quando perguntados se a fé impactou positivamente a condução de seus negócios e de iniciativas empreendedoras, alegando que sim.

Todos os entrevistados têm frequência semanal constante aos cultos ministrados na igreja. Sobre a frequência aos eventos organizados pela igreja com ênfase no empreendedorismo, apenas um deles disse frequentar atualmente, porém durante algum período todos eles participaram, no passado. Entre os efeitos percebidos pelas reuniões de empresários destacam: motivação advinda dos exemplos de cristãos de sucesso que palestram sobre algum tema e dividem sua história vitoriosa com os membros, conhecimento acerca de temas relacionados com o empreendedorismo, a melhora no quesito liderança e mudança de comportamentos e de pensamentos. Foi possível apurar que há um interesse por parte dos membros em participar de tais eventos, por causa do capital espiritual proporcionado, mas também porque se interessam em participar de eventos cristãos com essa ênfase. Porém o que se pode observar é que há pouco movimento nesta igreja específica, a SNT. No passado, nesta igreja, eram realizados cultos de empresários semanalmente, às segundas-feiras, agora, porém, houve uma frenagem e são realizados apenas uma vez por mês, quando são. Foram colhidos dados recentes que afirmam que tais eventos podem ter uma frequência ainda menor nesta igreja, quando chega a quatro meses sem um encontro de empresários. Tais falhas

certamente acabam brecando o interesse dos membros em participar de tais eventos.

A maioria deles chegou a afirmar que aqueles que estão afiliados a instituições protestantes gozam de maior vantagem e facilidade para empreender. Como destaca um dos entrevistados: “Eu acho que na igreja, como ela tem um suporte para oferecer, isso pode gerar isso na pessoa, o crescimento [...] mas eu acho que todos têm um dom, uma ocupação, quando é o empreendedorismo é claro que se você tiver uma vida com Deus, consegue fazer um network com outras pessoas que são empreendedoras, e ali acaba tendo de certa forma oportunidades”. Outro entrevistado conclui: “Eu acredito que sim, eu não tinha falado, o cristão é porque ele tem mais disciplina, não é uma pessoa que às vezes larga o seu trabalho ou ofícios, sei lá, pelos motivos que o mundo oferece, não que nós não cometamos erros, mas é muito mais fácil o cristão conseguir alcançar a vitória, por ser mais disciplinado mesmo, ser mais perseverante, e estar dentro da linha e saber que com a igreja ele consegue a fé, tem uma cabeça mais aberta, mais virtude, o negócio em si, ele focar o que tem que fazer. Então essa é que eu acho que é a diferença do cristão dos demais”.

Resgatando algo dito anteriormente sobre a motivação de empreender, Degen (2009) listou as seguintes: vontade de ganhar mais dinheiro, além do que é possível ganhar na condição de empregado; desejo de sair da rotina do emprego; vontade de determinar o próprio futuro; necessidade de provar que é capaz de realizar um empreendimento; e desejo de criar algo que traga benefícios para si e para a sociedade. É possível apurar que os empresários participantes da pesquisa possuíram todos estes anseios citados acima, tornando-se vitoriosos naquilo que procuravam e atingindo seus objetivos iniciais.

## **4.2 Resultados e análise das entrevistas com pastores**

Com relação à entrevista com os pastores das três igrejas neopentecostais, foi apurado que todas elas creem e pregam a lei da sementeira e a prosperidade de

seus membros, este último como uma consequência natural de alguém que crê em Deus. Um pastor colocou: “Sem dúvida nenhuma, nós cremos pela palavra de Deus que aquilo que o homem semeia isso ele também vai colher.” A ênfase da prosperidade é explicitamente colocada aos membros, baseadas na Bíblia Sagrada, como colocou um pastor: “nós pregamos a palavra, [...] se nós falamos alguma coisa que está fora da palavra, pode nos contestar, porque a nossa vida é a palavra de Deus, essa é a nossa destra, a nossa guia, isso é o que nos dirige e isso não é uma questão de acreditar no dízimo e oferta, a questão é se eu acredito no Senhor e se eu sou cristão então eu creio na palavra de Deus.”.

Sobre a questão de alguns membros não conseguirem prosperar financeiramente, foram unânimes, com ressalvas, à posição de que este indivíduo não tem fé suficiente para prosperar financeiramente, mas talvez tenha para prosperar em outras áreas de sua vida. A ressalva é que foi colocado que a igreja não funciona como um fundo de investimento onde o membro coloca sua oferta e consequentemente aquilo retorna para ele acrescido com uma margem de juros, existem alguns fatores a serem considerados, tais como o propósito da pessoa neste mundo, a vontade de Deus, e talvez o que a pessoa faria com o dinheiro que ganhasse, como coloca o pastor: “Não existe uma receita, [...] é igual dízimo e oferta, tem muito empresário que chega na igreja porque ele tem uma visão empresarial, e aí quando ele chega na igreja e ele escuta sobre dízimo e oferta ele acha que Deus é um banco, que ele vai entregar uma oferta de 10 mil de um lado e aí na semana que vem ele vem pegar um cheque de volta com seus juros e sua correção, e a vida com Deus não é assim. A vida com Deus ela é uma opção, que você entra nela pela fé. Eu não entro numa vida com Deus para ser rico, eu não entro numa vida com Deus para ter dinheiro e ter carro bonito, nós entramos quando você é tocado pelo Espírito Santo de Deus para você fazer parte do evangelho, pra você entrar na obra de Deus, você entra para viver o que Deus permitir que você viva, então ninguém pode prometer que você vai ser rico, que você vai próspero, que você vai ser isso, que você vai ser aquilo. O que eu posso te dizer é que a palavra de Deus diz assim: Que se você crer e se você andar debaixo da palavra, os seus caminhos vão prosperar. Agora, saber o que Deus quer para sua vida é você com Deus, então eu não sei se Deus quer que você seja rico, até porque de repente Deus sabe, porque Ele enxerga aquilo que nós não enxergamos, tem gente que com



dinheiro na mão se estraga, eu tenho exemplos aqui dentro da igreja (IRC) que eu sei que Deus não prospera, que não permite que prospere, porque se prosperar vai cair na velha vida, como já caiu diversas vezes. Pessoas que foram prósperas, perderam tudo com drogas, aí quando tava lambendo a fossa lá no fundo, vieram para a igreja. Aí Deus abre as portas novamente, permite, aí pessoa quando está bem, aí vai lá e enche a cara de droga e perde tudo. Então são pessoas que estão sendo trabalhadas.”

Algo percebido e enfatizado pelos entrevistados é com relação ao propósito da pessoa na terra. Segundo eles, Deus estabelece propósitos e tarefas para as pessoas realizarem na terra, que são distintos entre si e que são do agrado d’Ele. O que fará com que a igreja apoie ou não o membro a empreender é se este está debaixo de um propósito estabelecido por Deus para que ele cumpra, pois segundo eles, não adiantaria insistir numa carreira empreendedora se o propósito dele não for este, é “perda de tempo”. Algo que confirma se o propósito da pessoa é tal, é se Deus colocou dons naturais naquela pessoa para a realização daquele propósito específico. Por esta razão é que alguns são pastores, outros são empresários, outros são funcionários públicos, outros são políticos etc. Pude perceber que caso seja confirmado pelos pastores (por meio de oração ou de constatações naturais) que o propósito daquele indivíduo é realmente a carreira empreendedora, eles oferecem todo o suporte imaterial que ele precisa.

O único incentivo para que os membros empreendam vem por meio das reuniões de empresários e cultos. Não existe nenhum tipo de incentivo material por parte das igrejas pesquisadas. Foi percebido que a reunião de empresários mais bem elaborada e trabalhada é a da IRC, onde são feitos, além das reuniões semanais de empresários por meio de cultos, eventos como rodadas de negócios, como o pastor descreveu: “a AREPE não é só um culto, é um ministério, é Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos, [...] e aí esse ministério ele tem como direção promover, por exemplo, encontros, cafés da manhã, jantares, entre empresários, nós tivemos um evento que foi a Rodada de Negócios, então nós pegamos profissionais e fizemos lá uma lista, com levantamento de profissionais de diversos ramos de atuação da igreja, dentro e fora da igreja, e o evento foi formatado assim, nós tínhamos uma parte, 60% dos participantes seriam

empresários e profissionais evangélicos, 40% seriam profissionais quer seriam convidados de fora, e assim por diante. [...] foi promovido um coquetel, onde ali teve um louvor, teve as mesas montadas, uma rodada de negócios mesmo, e as pessoas iam sentando nas mesas, se apresentando, trocando cartões, apresentando seus negócios, colocando folder em cima da mesa, pra ali a gente promover, eu tenho uma necessidade, você tem o que eu preciso, só que eu não te conheço e você não me conhece, e a gente promover aqui oportunidades de encontro de necessidades”.

O conteúdo das reuniões/cultos de empresários nas três igrejas refere-se a apresentação de temas relacionados com o empreendedorismo, princípios de gestão, finanças, liderança, desprendimento material, fé, entre outros.

## 5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Este trabalho buscou realizar uma análise sobre o empreendedorismo e a afiliação em igrejas protestantes neopentecostais, apurando a teoria e a prática pela investigação se as igrejas protestantes avançam na missão de disseminação da visão empreendedora a seus membros para que os mesmos se tornem empresários.

Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura visando compilar os principais conceitos, estudos e a evolução dos mesmos, bem como a existência de interação entre eles de tal forma a proporcionar ao leitor uma visão mais clara e precisa sobre todo o contexto. Embora exista muito trabalho publicado sobre o tema do empreendedorismo, ainda há uma ampla área de pesquisa com relação ao cruzamento desta opção profissional com as religiões presentes no nosso país, como a protestante.

A pesquisa, do tipo qualitativa, foi realizada na forma de pesquisa exploratória, por meio de entrevistas semiestruturadas com empresários e pastores de igrejas protestantes neopentecostais. O objetivo definido no trabalho foi o de investigar a existência de relação entre a afiliação religiosa às instituições religiosas protestantes neopentecostais e os resultados em termos de ações empreendedoras de seus membros.

Dos resultados das entrevistas com os empreendedores pode-se concluir que estes procuram na igreja, além de outras coisas, suporte para continuarem empreendendo, conhecimento gerado pelos encontros de empresários, mas principalmente o capital social que é gerado por meio destes eventos, que é a construção de relacionamentos para que negócios sejam realizados. Segundo eles a obtenção da fé protestante e a afiliação religiosa são fatores críticos para o sucesso dos mesmos, visto que não conseguiriam estar com suas empresas abertas e gerando lucro se não fosse a ocorrência deste fato.

Após a análise conjunta e discussão dos resultados obtidos em todas as entrevistas, foi possível compreender que as igrejas protestantes neopentecostais têm interesse

de propagar a visão empreendedora, bem como a da prosperidade financeira de seus membros, para aqueles que possuem esta visão, e possuem uma estrutura para atender este determinado público, inclusive na ideia de construção de capital social entre os mesmos para crescimento de seus negócios. Também foi percebido que as igrejas oferecem algo que os membros prezam bastante, a base tanto emocional como espiritual e o aprimoramento do caráter, que os ajudam a lutar por seus negócios e ganhar espaço no mercado.

Houve certa limitação na pesquisa com relação às entrevistas, já que não foi possível realizar entrevistas com empresários de todas as igrejas pesquisadas. Há certo desconforto no meio protestante por razão de trabalhos publicados contra a fé e críticas sobre a forma como pregam a prosperidade e a coleta de dízimos e ofertas, que fez com que os pastores colocassem uma barreira limitando o acesso do pesquisador aos empresários, de forma implícita. É necessário que o pesquisador se encontre frequentemente nos cultos e eventos organizados pela igreja para construir relacionamento capaz de permitir a quebra desta resistência e obter confiança naquele meio. O fato de ter tido êxito na entrevista com três empreendedores da SNT deveu-se ao fato do pesquisador poder se relacionar com os mesmos durante certo período anterior à pesquisa, o que não foi possível nas outras duas pelas barreiras encontradas.

É possível sugerir, para pesquisas futuras, expandir o estudo para outras denominações protestantes, tais como: batista, presbiteriana e pentecostal, a fim de obter dados precisos sobre toda a população de protestantes, pois é possível que encontre iniciativas empreendedoras e incentivos por parte das igrejas, até mesmo nestas que não compartilham da teologia da prosperidade de modo explícito. Também sugerir a medição dos incentivos por parte das igrejas aos empresários por meio das reuniões/cultos.

## REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. **Capital social e empreendedorismo local**. Rede de pesquisa em sistemas produtivos e inovativos locais. UFRJ. Rio de Janeiro, 2002.
- AUDRETSCH, D. B.; BOENTE, W.; TAMVADA J. P. **Religion and Entrepreneurship**. Jena Economic Research Papers, Jena, Germany, Ed. 75, 2007.
- AZEVEDO JÚNIOR, W. **Neopentecostalismo**. Projeto de doutorado em antropologia social, Museu Nacional – UFRJ, 1994.
- BARROS, A.; PEREIRA, C. **Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. Revista de Administração Contemporânea (RAC), 12(4), 975-993, 2008.
- BELLOC, H. **Como aconteceu la reforma**. Buenos Aires: Emecé, 1945.
- BOAVA, D.; MACEDO, F. **Sentido axiológico do empreendedorismo**. Anais do ENANPAD. São Paulo, 2009.
- BORGES, C.; FILION, L.; SIMARD, G. **Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas**. Revista De Administração Mackenzie (RAM), 9(8): p. 39-63, 2008.
- BOURDIEU, P. **The forms of capital**. Oxford University Press. United States of America, 1983.
- CARNEIRO, H.; RIOS, C. O neopentecostalismo e os novos discursos religiosos contemporâneos. Revista Eletrônica Polêmica. UERJ, 2007.
- COSTA, A.; BARROS, D.; CARVALHO, F. **A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo**. Revista de Administração Contemporânea (RAC), 15(2): p. 179-197, 2011.
- COLBARI, A. **A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira**. Revista Eletrônica de Ciências Sociais, 1(1), 75-111, 2007.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como uma opção de carreira.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLGHIE, J. Z. **A Igreja Renascer em Cristo e a consolidação do mercado de música gospel no Brasil: uma análise das estratégias de marketing.** Ciências Sociais e Religião, n. 6, p. 201-220, 2004.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Elsevier. Rio de Janeiro, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios.** São Paulo: Pioneira, 1986.

DUNSTAN, J. L. **Protestantismo.** Rio de Janeiro: Zahar, 1964.

EMMENDOERFER, M. L. **As transformações na esfera do trabalho no final do século XX.** Monografia (Prêmio Senador Milton Campos). Florianópolis: Fundação Milton Campos/Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras, 2000.

FIGUEIRA, M. **O Brasil para Cristo.** Sociologia ciência e vida, ano I, n. 7, 2007.

FILION, L. J. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios.** Revista de Administração de Empresas (RAE), São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, 1999a.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP), São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999b.

GALLO, F. **A teologia da prosperidade na Igreja Universal do Reino de Deus.** GEPAL, Anais do IV Simpósio Lutas Sociais na América Latina: p. 22-29. UEL, 2010.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil: 2007.** Curitiba: IBQP, 2008.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil: 2010**. Curitiba: IBQP, 2010.

GUEDES, S. A. **A carreira do empreendedor**. 2009. 158 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

HISRICH, R. D. PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HOSELITZ, B. F. **Social structure and economic growth**. Economia Internazionale, 6, p. 3-28, 1953.

JOHNSON, D. **What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organizations**. Industrial and Commercial Training, v. 33, n. 4, p. 135-140, 2001.

LAZEAR, Edward P. **Entrepreneurship**. Working paper Nº 9109, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA. United States of America, 2003.

LEMOES, A. **Empreendedorismo no Brasil: uma atividade sem “espírito”?** Anais do ENANPAD. Brasília, 2005.

LIMA, D. **Trabalho, mudança de vida e prosperidade entre fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus**. Rio de Janeiro, 27(1): p. 132-155, 2007.

LONGENECKER, J.; MCKINNEY, J.; MOORE, C. **Entrepreneurship, Religion, and Business Ethics**. USASBE. Florida, 1998.

MALAQUIAS. Português. In: **A Bíblia Sagrada**. Tradução de João Ferreira de Almeida. Revista e atualizada no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.

MARIANO, R. **Neopentecostais: Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

MARTES, A. C.; RODRIGUEZ, C. L. **Afiliação Religiosa e Empreendedorismo Étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos**. RAC, v.8, n.3: p. 117- 141, 2004.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MASKELL, P. **Social capital, innovation and competitiveness**. In: BARON, Stephen; FIELD, John; SCHULLER, Tom (Ed.). Social capital: critical perspectives. Oxford: Oxford University Press, 2000.

MCCLELLAND, D. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELLO NETO, G.; SILVA JUNIOR, M. **A Sedução divina no neopentecostalismo: um estudo psicanalítico**. Revista Mal-estar E Subjetividade, vol. 10, núm. 3: p. 757-786, 2010.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer uma pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007

ROMEIRO, P. **Decepcionados com a graça: esperanças e frustrações no Brasil neopentecostal**. São Paulo. Mundo Cristão, 2005.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. **Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor**. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 15, n.1, p. 1-14, 2008.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito juro e o ciclo econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997. Versão inglesa de: Redvers Opie. Original alemão.

SERAFIM, M.; ANDION, C. **Capital espiritual e as relações econômicas: Empreendedorismo em organizações religiosas**. Cadernos EBAPE.BR, 8(3): p. 564-579, 2010.



SERAFIM, M.; MARTES, A.; RODRIGUEZ, C. **Segurando na mão de Deus: organizações religiosas e apoio ao empreendedorismo.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 52, n. 2, 2012.

SOARES, R. R. **As bênçãos que enriquecem.** 3 ed. Rio de Janeiro. Graça, 1998.

STEINER, P. A. **A nova sociologia econômica.** São Paulo: Atlas, 2006.

THOMPSON, J. L. **The world of the entrepreneur – a new perspective.** Journal of Workplace Learning, Bradford, v. 11, n. 6, p. 209, 1999.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** Companhia das Letras. São Paulo, 2004.

YEUNG, H. W. **Transnationalizing entrepreneurship: a critical agenda for economic geography.** Progress in Human Geography, 33(2), p. 210 – 235, 2009.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PASTORES

#### Parte 1 – Identificação do entrevistado

- 1) Nome: \_\_\_\_\_
- 2) Idade: \_\_\_\_\_
- 3) Sexo: ☐ Masculino ☐ Feminino
- 4) Estado Civil: ☐ Casado(a)  
☐ Divorciado(a)/Separado(a)  
☐ Viúvo(a) ☐ Solteiro
- 5) Grau de Instrução: ☐ 1º Grau incompleto ☐ 1º Grau completo  
☐ 2º Grau incompleto ☐ 2º Grau completo  
☐ Superior incompleto ☐ Superior Completo  
Caso tenha ensino superior completo ou incompleto, qual(is) curso(s)? \_\_\_\_\_
- 6) Em que ano se converteu ao protestantismo? \_\_\_\_\_
- 7) Era membro/pastor de outra igreja protestante antes desta a qual é pastor?  
☐ Sim ☐ Não Se sim, qual? \_\_\_\_\_

#### Parte 2: História da Igreja

- 1) História da Igreja (Como, onde e quando nasceu a Igreja, quem eram os pastores na época da abertura, quantos templos e membros têm atualmente etc.)
- 2) Com relação aos dízimos e ofertas, a Igreja acredita na lei da sementeira (que o indivíduo que planta (dizima/oferta) vai colher (receber) muitas vezes mais do que plantou)? Por que isso acontece?
- 3) Quais são os planos futuros/metasp da Igreja?

#### Parte 3: A Igreja e o Empreendedorismo

- 1) Como enxerga a prosperidade financeira na vida dos cristãos – emprego, conquistas como casa própria, sucesso nos empreendimentos, automóvel etc.?

- 2) O que a Igreja pensa sobre os membros que não são prósperos financeiramente? Eles fazem algo de errado?
- 3) A Igreja apoia o fato de seus membros se tornarem empresários? Por quê?
- 4) Existem ações da Igreja para incentivar os seus membros a abrirem suas empresas?
- 5) Existem reuniões/cultos específicos para os empresários? Quando foram criados e com que propósito?
- 6) Quando ocorrem as reuniões/cultos de empresários? O que é tratado nelas?

## APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM EMPREENDEDORES

### Parte 1 – Identificação do entrevistado

- 1) Nome: \_\_\_\_\_
- 2) Idade: \_\_\_\_\_
- 3) Sexo: ☐ Masculino ☐ Feminino
- 4) Estado Civil: ☐ Casado ☐ Divorciado/Separado  
☐ Viúvo ☐ Solteiro
- 5) Grau de Instrução: ☐ 1º Grau incompleto ☐ 1º Grau completo  
☐ 2º Grau incompleto ☐ 2º Grau completo  
☐ Superior incompleto ☐ Superior Completo  
Caso tenha ensino superior completo ou incompleto, qual(is) curso(s)? \_\_\_\_\_
- 6) Qual(is) Igreja(s) frequenta regularmente?  
\_\_\_\_\_
- 7) Quando se converteu ao protestantismo? \_\_\_\_\_
- 8) Era membro de outra igreja protestante antes desta a qual é membro regular?  
☐ Sim ☐ Não Caso afirmativo, qual? \_\_\_\_\_
- 9) Reside em imóvel próprio? ☐ Sim ☐ Não
- 10) Você se considera materialmente: ☐ Rico ☐ Média-Alta  
☐ Média ☐ Média-Pobre  
☐ Pobre ☐ Outro: \_\_\_\_\_

### Parte 2 – Identificação da empresa

Características do Empreendimento:

Nome da empresa: \_\_\_\_\_

Área de atividade em que atua: \_\_\_\_\_

Data da constituição: \_\_\_\_\_

Número de empregados: \_\_\_\_\_

Possui sócios? Quantos? \_\_\_\_\_

Quem representa e administra a sociedade? \_\_\_\_\_

- 1) História da empresa.
- 2) *(Caso tenha sócio)* Como conheceu seu(s) sócio(s)? Seu(s) sócio(s) participa(m) da mesma Igreja? Confia nele(s)? Por quê?
- 3) O fato de o sócio partilhar a mesma religião que a sua é importante? Por quê?

- 4) Está satisfeito com os resultados que seu negócio proporciona? Caso não tenha atingido os resultados que esperava, a que atribui isso?
- 5) Quais são os planos futuros para sua organização?

### **Parte 3: Empreendedor**

- 1) História da vida profissional
- 2) Qual foi o conjunto de fatores que te motivou para o empreendedorismo?
- 3) Como adquiriu o conhecimento necessário para abertura da empresa?
- 4) Como enxerga o risco de empreender, ou seja, de dar errado?

### **Parte 4: Papel da Igreja**

- 1) Qual foi o papel da Igreja desde o nascimento da empresa até hoje para o sucesso do seu empreendimento?
- 2) Participa de atividades realizadas pela igreja com ênfase no empreendedorismo (por exemplo: reuniões, grupos, cultos de empresários etc.)? Se sim, isso te ajuda de alguma forma?
- 3) Sua fé impacta a condução dos seus negócios (no enfrentamento de obstáculos, de sucesso e de fracasso)? Por quê?
- 4) Sua afiliação religiosa impacta sua vida profissional? Como?
- 5) Como enxerga a prosperidade financeira na vida do cristão?
- 6) Na hora de contratar, existe alguma preferência por funcionários que compartilham da mesma fé que a sua? Por quê?
- 7) Considera que as pessoas que partilham a mesma religião tem maior vocação empreendedora?